

N 1088

PATENT ABSTRACTS OF JAPAN

(11)Publication number : 2002-123667

(43)Date of publication of application : 26.04.2002

(51)Int.CI.

G06F 17/60

(21)Application number : 2000-314197

(71)Applicant : JOHNSON & JOHNSON KK

(22)Date of filing : 13.10.2000

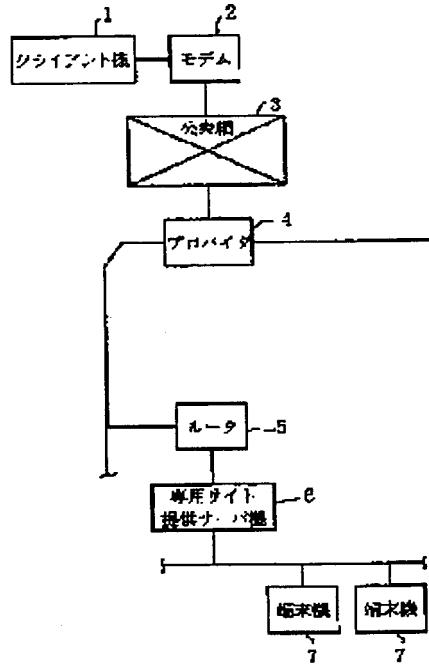
(72)Inventor : HIRO TAMOTSU
KAWANA NORIAKI
OGAWA SHIRO
MATSUNAGA KENJI
IWAI KOICHI
SAKAKIBARA HIROSHI
NAKAMURA SHIGEO
SHIMADA MIDORI

(54) SYSTEM AND METHOD FOR SUPPORTING SALES ACTIVITY

(57)Abstract:

PROBLEM TO BE SOLVED: To improve a sales promotion effect by updating a web page by clients while a client and a person in charge of sales interact on a network.

SOLUTION: A dedicated site providing server machine 6 for providing a dedicated site for each client of a registered address makes only the client and the person in charge of sales operate the dedicated site. The dedicated site providing server machine 6 saves information which is exchanged between the client and the person in charge of sales on the dedicated site, on a database 10 and reads/writes it as occasion demands.



LEGAL STATUS

[Date of request for examination]

[Date of sending the examiner's decision of rejection]

[Kind of final disposal of application other than the examiner's decision of rejection or application converted registration]

[Date of final disposal for application]

[Patent number]

[Date of registration]

[Number of appeal against examiner's decision of rejection]

[Date of requesting appeal against examiner's decision of rejection]

[Date of extinction of right]

(19)日本国特許庁 (JP)

(12) 公開特許公報 (A)

(11)特許出願公開番号

特開2002-123667

(P2002-123667A)

(43)公開日 平成14年4月26日 (2002.4.26)

(51)Int.Cl.⁷
G 0 6 F 17/60識別記号
1 7 2F I
G 0 6 F 17/60テ-マコト^{*}(参考)
1 7 2 5 B 0 4 9

審査請求 未請求 請求項の数13 O.L (全22頁)

(21)出願番号 特願2000-314197(P2000-314197)

(22)出願日 平成12年10月13日 (2000.10.13)

(71)出願人 592261476
ジョンソン・エンド・ジョンソン株式会社
東京都江東区東陽6丁目3番2号

(72)発明者 日色 保
東京都江戸川区中葛西6-2-14 パーム
ス西葛西 703

(72)発明者 川名 範明
東京都江戸川区中葛西8-13-14 フロー
レス中葛西 305号

(72)発明者 小川 史朗
静岡県富士市今泉3-18-2

(74)代理人 100066474
弁理士 田澤 博昭 (外1名)

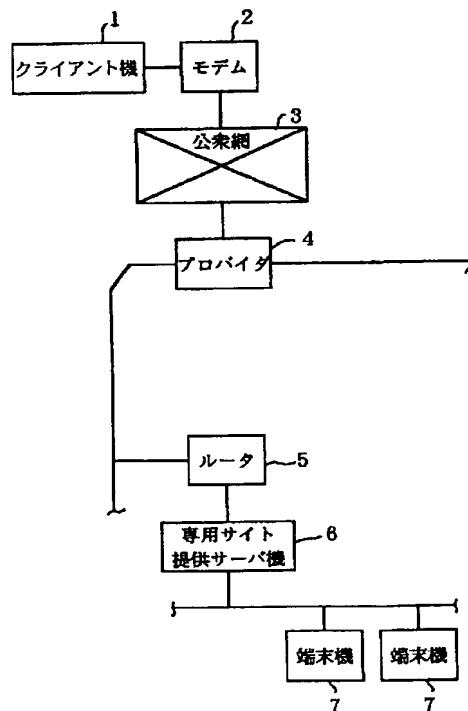
最終頁に続く

(54)【発明の名称】 営業活動支援システムおよび営業活動支援方法

(57)【要約】

【課題】 顧客と担当営業員がネット上で対話しながら顧客別ウェブページを更新し販促効果を高める。

【解決手段】 アドレス登録された顧客ごとに専用サイトを提供する専用サイト提供サーバ機6が、専用サイトを顧客と担当営業員だけに運用させる。専用サイト提供サーバ機6は、専用サイト上で前記顧客と担当営業員とが交換した情報をデータベース10に保存し、隨時読み書きする。



【特許請求の範囲】

【請求項1】 認証登録された顧客ごとに専用サイトを提供し、該専用サイトを前記顧客と主として担当営業員だけに運用させる専用サイト提供サーバ機と、該専用サイト提供サーバ機によりデータを読み書きされ、前記専用サイト上で前記顧客と担当営業員とが交換した情報をデータとして保存するデータベースを備えた営業活動支援システム。

【請求項2】 専用サイト提供サーバ機は、顧客への担当営業員の訪問営業予定を、専用サイトのウェブページ上で随時書き換え可能なデータとしてデータベースに保存することを特徴とする請求項1記載の営業活動支援システム。

【請求項3】 専用サイト提供サーバ機は、営業品目に含まれる製品に関する情報を、専用サイトのウェブページ上で随時書き換え可能なデータとしてデータベースに保存することを特徴とする請求項1記載の営業活動支援システム。

【請求項4】 専用サイト提供サーバ機は、顧客に伝えたい情報又は顧客から受けた情報提供要求に応える情報を、専用サイトのウェブページ上にアップロードすることを特徴とする請求項1記載の営業活動支援システム。

【請求項5】 専用サイト提供サーバ機は、更新前のウェブページをデータベースに予め定めた一定期間に亘ってバックアップ保存することを特徴とする請求項1ないし請求項4のいずれか1項記載の営業活動支援システム。

【請求項6】 データベースは、顧客への担当営業員の訪問営業予定や営業品目に含まれる製品に関する情報を掲載したウェブページを作成するツールとして、担当営業員が個々にカスタマイズして保存できるテンプレートが格納してあることを特徴とする請求項1ないし請求項5のいずれか1項記載の営業活動支援システム。

【請求項7】 専用サイト提供サーバ機は、営業員用の端末機がインターネット又はインターネットを介して有線又は無線で接続されることを特徴とする請求項1ないし請求項6のいずれか1項記載の営業活動支援システム。

【請求項8】 専用サイト提供サーバ機は、顧客用のクライアント機がインターネットを介して有線又は無線で接続されることを特徴とする請求項1ないし請求項6のいずれか1項記載の営業活動支援システム。

【請求項9】 専用サイト提供サーバ機は、アドレス登録された顧客にポータルサイト提供サーバ機が運用するポータルサイトにリンクされた専用サイトを提供し、前記顧客が前記ポータルサイトを経由して前記専用サイトにアクセスした場合も、該専用サイトを前記顧客と主として担当営業員だけに運用させることを特徴とする請求項1記載の営業活動支援システム。

【請求項10】 認証登録された顧客ごとに専用サイト

を提供し、該専用サイトを前記顧客と主として担当営業員だけに運用させ、前記専用サイト上で前記顧客と担当営業員とが交換した情報をデータとして保存することを特徴とする営業活動支援方法。

【請求項11】 顧客への担当営業員の訪問営業予定を、専用サイトのウェブページ上で随時書き換え可能なデータとして保存することを特徴とする請求項10記載の営業活動支援方法。

【請求項12】 営業品目に含まれる製品に関する情報を、専用サイトのウェブページ上で随時書き換え可能なデータとして保存することを特徴とする請求項10記載の営業活動支援方法。

【請求項13】 顧客に伝えたい情報又は顧客から受けた情報提供要求に応える情報を、専用サイトのウェブページ上にアップロードすることを特徴とする請求項10記載の営業活動支援方法。

【発明の詳細な説明】**【0001】**

【発明の属する技術分野】この発明は、顧客と担当営業員がネット上で対話しながら顧客別ウェブページを更新し、販促効果を高めるようにした営業活動支援システムおよび営業活動支援方法に関する。

【0002】

【従来の技術】医療技術の進歩は、医師と医療会社の連携によって支えられる側面が大きい。病院等において患者に医療を施す医師と病院等に向け医療品や医療器具等を提供する医療会社の営業員にとって、互いが必要とする医療情報を随時交換し合える環境が不可欠である。これまで医療会社の営業員が医師あるいは医療従事者のスケジュールに合わせ、情報提供活動を兼ねて何回となく病院通いする対面営業が主流であった。しかしながら、こうした対面営業には物理的な限界があり、販路拡大に合わせ営業スタッフの人数が増えるので、対面営業に費やされる人件費等が販促費に占める割合がおのずと増えてしまい、医療品の市場提供価格の押し上げや価格競争力の低下を招くなどの問題があった。

【0003】一方また、対面営業とは別種の営業手法として近年脚光を浴びているものに、インターネット上のホームページを利用した宣伝活動や、個々の医療従事者と営業員とが電子メールを利用して情報を交換し合う営業活動支援システムがある。電子メールを利用する営業活動支援システムは、例えば医師が営業員に医療会社に蓄積された医療情報の提供を要求したり、逆に医師が医療現場から得た臨床情報や学会等から得た最新の医療技術などを営業員を介して医療会社に紹介したりするなど、必要な情報を必要なだけ随時交換できる長所を備えるものである。また、こうした長所以外にも、例えば営業員が新製品に関する情報を医師向けに発信したり、サンプル出荷済みの新薬に関する医師側からの注文や意見を取り入れたり、電子ネットでの対話を通じて緻密な

営業活動を展開するなど、十分な販促効果を期待できるものであった。

【0004】

【発明が解決しようとする課題】従来の営業活動支援システムは、医療会社が提供するホームページでは、医療会社に固有ではあるがごく一般的な医療情報としてしか提供できず、個々の医療従事者が担当営業員との面談から得られる専門情報とは格段に専門性に欠けるものであり、顧客別に特化されていない情報ほど中途半端である感が否めないものであった。一方また、電子メールを介する情報交換についても、営業員から提供される情報に個別性や専門性を付加できる長所がある反面、情報交換できるのはテキスト形式の文字データやファイル添付された文書・図形データ等に限られるため、医療会社の営業活動を標準化した販促画像ファイルやハイパーリンクを駆使した高度な情報提供は困難であり、一方また医療会社の営業員にとっても、万人向けの基本的なウェブページは提供されるものの、営業経験の多少や端末機の操作習熟度の違いによって編集負担に差があり過ぎるため、基本的なウェブページを全員が共有することのメリットを享受しにくいものであった。このため、個々の営業員は、それぞれが担当する顧客に対し毎回情報を手作りするテーラーメイド型の情報提供に頼らざるを得ず、一人の営業員が管理できる顧客数に限界があるだけでなく、提供情報を均質化するのが困難である等の課題があった。

【0005】また、こうした電子ネットを利用した営業活動支援システムは、医療業界に限らず同様のシステム展開を検討している他業界に適用した場合も、同種の問題を抱えるものであった。例えば、電子取引により決済やローン業務などの銀行業務を行う金融機関が、顧客獲得のための営業活動支援システムを構築した場合、ポータルサイトである金融サイトを経由するか、あるいはポータルサイトを経由せずに直接に顧客が特定の金融機関が提供する専門サイトにアクセスしても、専門サイトにおいて提供される情報がごく一般的な金融情報でしかないように、資産状況に応じた少しでも有利な蓄財情報を得たいと願う顧客の興味を引くことができず、販促効果を高めるのが困難であるといった課題があった。なお、営業支援システムとして特許公開2000-20583号、特許公開2000-222480号、WWWブラウザに関する自動生成システムとして特許公開平10-260821号、ブラウザ基盤ホームページにおけるサーバ機器接続方法として特許公開2000-36826号等がある。

【0006】この発明は、このような課題を解決するためになされたもので、顧客と担当営業員がネット上で対話しながら顧客別ウェブページを更新し、販促効果を高めることを目的とする。

【0007】

【課題を解決するための手段】この発明に係る営業活動支援システムは、認証登録された顧客ごとに専用サイトを提供し、該専用サイトを前記顧客と主として担当営業員だけに運用させる専用サイト提供サーバ機と、該専用サイト提供サーバ機によりデータを読み書きされ、前記専用サイト上で前記顧客と担当営業員とが交換した情報をデータとして保存するデータベースを備えるものである。

【0008】この発明の営業活動支援システムは、専用サイト提供サーバ機が、顧客への担当営業員の訪問営業予定を、専用サイトのウェブページ上で随時書き換え可能なデータとしてデータベースに保存するものである。

【0009】この発明の営業活動支援システムは、専用サイト提供サーバ機が、営業品目に含まれる製品に関する情報を、専用サイトのウェブページ上で随時書き換え可能なデータとしてデータベースに保存するものである。

【0010】この発明の営業活動支援システムは、専用サイト提供サーバ機が、顧客に伝えたい情報又は顧客から受けた情報提供要求に応える情報を、専用サイトのウェブページ上にアップロードするものである。

【0011】この発明の営業活動支援システムは、専用サイト提供サーバ機が、更新前のウェブページをデータベースに予め定めた一定期間に亘ってバックアップ保存するものである。

【0012】この発明の営業活動支援システムは、データベースに、顧客への担当営業員の訪問営業予定や営業品目に含まれる製品に関する情報を掲載したウェブページを作成するツールとして、担当営業員が個々にカスタマイズして保存できるテンプレートを格納するようにしたものである。

【0013】この発明に係る営業活動支援システムは、専用サイト提供サーバ機が、営業員用の端末機がインターネット又はインターネットを介して有線又は無線で接続されることを特徴とするものである。

【0014】この発明に係る営業活動支援システムは、専用サイト提供サーバ機が、顧客用のクライアント機がインターネットを介して有線又は無線で接続されるものである。

【0015】この発明に係る営業活動支援システムは、専用サイト提供サーバ機が、アドレス登録された顧客にポータルサイト提供サーバ機が運用するポータルサイトにリンクされた専用サイトを提供し、前記顧客が前記ポータルサイトを経由して前記専用サイトにアクセスした場合も、該専用サイトを前記顧客と主として担当営業員だけに運用させるものである。

【0016】この発明に係る営業活動支援方法は、認証登録された顧客ごとに専用サイトを提供し、該専用サイトを前記顧客と主として担当営業員だけに運用させ、前記専用サイト上で前記顧客と担当営業員とが交換した

情報をデータとして保存するものである。

【0017】この発明に係る営業活動支援方法は、顧客への担当営業員の訪問営業予定を、専用サイトのウェブページ上で随時書き換え可能なデータとして保存するものである。

【0018】この発明に係る営業活動支援方法は、営業品目に含まれる製品に関する情報を、専用サイトのウェブページ上で随時書き換え可能なデータとして保存するものである。

【0019】この発明に係る営業活動支援方法は、顧客に伝えたい情報又は顧客から受けた情報提供要求に応える情報を、専用サイトのウェブページ上にアップロードするものである。

【0020】

【発明の実施の形態】以下、この発明の実施の一形態を説明する。

実施の形態1. 図1はこの発明の実施の形態1による営業活動支援システムを示す概略構成図である。図において、1は医師が使用するパーソナルコンピュータ等のクライアント機、2はクライアント機1に接続されたモデム、3は公衆電話回線やISDN回線等の公衆網、4はインターネット上のプロバイダ、5はネット相互接続のための中継装置であるルータ、6は医療会社が設置し運用する専用サイト提供サーバ機、7は専用サイト提供サーバ機6に社内LAN等を介して接続された端末機である。

【0021】図2は図1に示した専用サイト提供サーバ機6が抱えるデータベースの構造を示す概念図である。図に示すデータベース10において、11は社員プロファイルや医師担当営業員あるいは担当医師との交渉記録などのデータを網羅した社員データベース、12は製品プロファイルや医療機関への納入実績などを網羅した製品データベース、13は医師プロファイルや担当営業員あるいはアクセス記録や医師別ウェブページなどのデータを網羅した医師データベース、14は学術文献や医療新聞ニュースや学会ニュースなどウェブページ上に掲載するコンテンツを収集したコンテンツデータベース、15は各種ウェブページ作成用のツールとして用意されたテンプレートを収集したテンプレートデータベースである。医師データベース13内の医師別ウェブページに関するデータベースは、例えばJ～N・・・といった医師ごとにディレクトリ13 J～13 N・・・が用意されており、K医師のディレクトリ13 Kの場合、過去の交信録とも言えるHTMLファイルが第1回HTMLファイルF1から最新の第m回HTMLファイルFmまで、F1, F2..., Fn..., Fmのごとく時系列的に格納されており、端末機7から随時取り出すことができるようになっている。HTMLファイルFmに記録されるデータのうち、医師別に特化して活用しようとするデータとしては、クライアントに対する担当営業員の訪問営

業予定、医療会社の製品に関する情報、医師から受けた問い合わせに応える情報などがある。なお、医師別ウェブページは、最初のアクセス時点から半永久的に保存するあるいは一定期間が経過するつど旧データは消去してしまうなど、いずれの保存方法も可能であり、保存期間は医療会社の判断に委ねられる。

【0022】次に、動作について説明する。図1に示した営業活動支援システムは、APM(Appointment Management)機能とPCW(Product Centric Webpage)機能とFFW(File Forwarding Webpage)機能といった主要機能を、顧客である医師と主に担当営業員との間で個対個の関係において実現するものであり、各営業員は社内外で使用する端末機7の操作を通じて、上記機能を活用したり送受信管理や顧客情報管理を行えるようになっている。APM機能は、顧客への担当営業員の訪問営業予定を顧客別専用サイトのウェブページ上で管理する機能であり、PCW機能は、医療会社の製品に関する情報を顧客別専用サイトのウェブページ上で提供する製品中心情報提供機能を指す。FFW機能は、担当営業員が顧客へ伝えたい情報や顧客から受けた情報提供要求に応える情報を顧客別専用サイトのウェブページ上にアップロードするファイル送信・転送機能を指す。なお、顧客である医師に対し個対個の関係で営業活動に参加できるのは、担当営業員以外に例えば担当営業員の職場の同僚や上司、さらには自社の開発部門や研究部門の関係者といった担当営業員と営業利益を共有する関係者も含まれる。以下、医師と対話しながらネット上で顧客別ウェブページを更新する主体を担当営業員に絞って進めるものとする。

【0023】図3は図1に示した営業活動支援システムおよび営業活動支援方法における営業員による操作の流れを概括的に説明するためのフローチャート、図4は端末機における営業員用メインページの一例を示す図である。営業員は、図3に示すステップST51において端末機7を起動する。続く判断ステップST52において、営業員が営業員名とパスワードを入力したことが判ると、ステップST53において、図4に示す営業員用メインページが画面表示される。このメインページは営業員用の販売支援のためのスタートページとなるものであり、画面上段に配置されたメインページ、送受信管理、APM、PCW、FFW、顧客情報管理といったタブの一つをクリックすることでリンク先のウィンドウを開くことができるようになっている。担当営業員は、画面上でのタブのクリック操作を通じて選択する前に、ステップST54に示したように、担当営業員は画面に表示された各種情報のなかから必要な情報を収集し、本日の営業・マーケティングプランを確認したり、最新のコンテンツや今週のアポイントメントを確認したりする。ここでは、欄端に設けられた「内容確認」釦や「ダウンロード」釦あるいは「返信内容確認」釦をクリックする

ことにより、担当営業員は内容確認やダウンロードを行うことができるようになっている。

【0024】判断ステップST55において、医師別ウェブページの作成が選択されると、続くステップST56において、既存顧客の営業ステータスを確認する。営業ステータスは顧客である医師によって様々に異なるものであり、医療情報だけを望む医師や訪問希望はしない医師などの存在を踏まえ、顧客に合った営業方針を確認するために行われる。営業ステータスを確認した担当営業員は、ステップST57において作成ウェブページの種別に応じた選択意志が判断され、APMとPCWとFWの各ウェブページに対応する作成ステップST58、59、60において、各営業員が担当する医師に提供する医師別ウェブページへの書き込みを行なうことができる。各ウェブページの作成ステップには、電子業務への熟練度の違いによらず営業員の作業負担が軽減できるよう様々な工夫が施してあり、その詳細は後述する。こうして作成されたウェブページの内容は、まずステップST61において医師ビューの確認に供される。この医師ビューは、担当営業員が作成したウェブページが医師にはどういう風に見えるかを示す画面を指すものであり、医師の目で見たウェブページの善し悪しを確認することができる。医師ビューの確認を終えた担当営業員は、ステップST62において専用サイト提供サーバ機6に備わった医師データベース13に医師別ウェブページをアップロードする。アップロード後は、医師が専用サーバ提供サーバ機6に何時如何なるときにアクセスしようとも、最新の医師別ウェブページを提示することができるが、更新された医師別ウェブページに対し医師に可及的速やかにアクセスして貰えるよう、ステップST63において電子メールを送信し、ページ更新とその日時を通知しておく。ただし、後述するように、この電子メールの送信は医師別ウェブページのアップロードに連動して自動化することもできる。

【0025】なお、判断ステップST55に続くステップST71において、送受信管理画面を開いた場合は、ステップST72において、受信データや過去に送信したデータを確認することができる。一方また、判断ステップST55に続くステップST73において、顧客情報管理画面を開いた場合は、ステップST74において、顧客情報を検索し、必要な変更を加えることができる。図5は送受信管理画面の一例を示す図であり、過去一週間分又は過去一月分の受信履歴と送信履歴が、医師名と病院名と受信日時又は送信日時と件名の表記欄とともに表示される。図6は顧客情報管理画面の一例を示す図である。この顧客情報管理画面には、「対象顧客を選択して下さい」という操作案内の下側に登録顧客一覧のウィンドウが開いている。この登録顧客一覧に登録されるのは、過去に対面訪問した際に営業員が顧客登録の許諾を得た医師に限られ、その際に認証登録した顧客にだ

け医療会社からログインIDが与えられる。ここで、登録顧客一覧に表示された顧客の中から対象顧客を選択し、「顧客プロファイルへ」と枠囲み表示された押し鈕をクリックすると、顧客プロファイルが表示される。また、新規顧客プロファイル登録やプロファイル変更の必要がある場合は、「顧客プロファイル登録・変更」と枠囲み表示された押し鈕をクリックすることで、顧客プロファイルの登録・変更へと移行できる。また、この顧客情報管理画面には、病院名や医師名あるいはターゲット製品や営業プロセスなどのキーワードに基づいて登録顧客名検索ができるよう、点線で囲ったウィンドウも用意される。

【0026】次に、前述した営業活動支援システムの主要3機能のうち、APM機能に関する動作から説明する。図7は図1に示した営業活動支援システムおよび営業活動支援方法によるAPMウェブページの作成手順を説明するためのフローチャート、図8は医師別専用サイトのAPMウェブページの画面表示例を示す図、図9はAPM作成・テンプレート検索結果表示画面の表示例を示す図、図10はAPMテンプレート編集画面の表示例を示す図である。図7に示す判断ステップST581は、図3に示したステップST58の初段に位置するステップであり、ここでAPMウェブページを新規作成するか、あるいはテンプレートを利用して作成するかが判断される。テンプレートを使用せずに自由に作成する場合は、新規作成を選択することで、ステップST585へジャンプする。一方、アポイントメントをとるために必要なメッセージ文などのひな型であるテンプレートを利用する場合は、判断ステップST581に続くステップST582に進む。具体的には、図9に示す画面上で対象製品と営業フェーズを選択し、「テンプレート検索」鈕をクリックする。営業フェーズは、選択された対象製品に関する医師と担当営業員との間の営業進捗度を表すものであり、興味喚起から製品購入後の利用サポートに至るまでの営業進捗度に応じた数段階のフェーズ（局面）が用意されている。

【0027】「テンプレート検索」鈕をクリックすると、テンプレート選択枠の下側に図9に点線で囲って示したAPMテンプレート検索結果が表示される。この画面には、「テンプレート名」、「テンプレート内容」、「営業フェーズ」、「営業ツール」などの項目が横並び表示される。「テンプレート名」には、定期情報配信（定期的な情報の配信）やアポイントメント提案（面会予約などに関する提案）やディティーリング誘導（製品細部への関心誘導）などのトピックが記載されている。

「テンプレート内容」は、テンプレートの内容を概略説明する文章を記述したものである。「営業フェーズ」は、前述の営業フェーズに関連して説明した営業進捗度の段階を表すものであり、例えば第1段階から第7段階程度までの数段階が用意されている。「営業ツール」

は、営業を支援する道具となるビデオやCD-ROMのように、対面営業時に視聴覚に訴えて役立つツールを表すものである。ここで、例えばサンプル提供というテンプレート名をクリックすると、図10に示すAPMテンプレート編集画面が表示される。すなわち、ステップST583に示したテンプレートの選択がここで行われる。この表示画面からは、テンプレートの内容が確認でき、カスタマイズしたい場合はここで内容を変更することができる。

【0028】APMテンプレート更新画面上でのテンプレート内容の確認を終えた営業員は、続く判断ステップST584においてカスタマイズの要否を判断する。ここで、カスタマイズを希望した場合は、ステップST585において、送信先医師の選択、日時選択、訪問目的説明文の作成／変更、返信用選択項目の作成／変更、対応可能追加トピックの作成／変更などの各操作が行われる。これらの操作を行うAPMテンプレート編集画面には、例えば図10に示したように、宛先となる医師と訪問日時の表記欄に続き、製品名、営業フェーズ、テンプレート名、営業ツールに関する表記欄と、件名とキャッチメッセージと訪問目的等からなるアポイントメッセージ表記欄と、医師に提供する応答選択肢を選択指定するための表記欄が続き、最後に2種類の送信方法から一方を選択するための送信方法表記欄が表示されている。

「件名」は、アポイントメントの題目を書き込むための欄である。「キャッチメッセージ」は、医師の関心を引くためのメッセージを書き込むための欄であり、「訪問目的」は、製品説明や手術の立ち会いといった訪問目的を書き込むための欄である。なお、これらの書き込み欄には、コンテンツ作成者によって適当な文章が標準文例として用意されており、営業員が加筆あるいは修正した場合に標準文例が更新されるようになっている。「応答選択肢」には、「都合がよい」、「訪問前に電話で連絡してほしい」、「院内に来たら一度電話を入れて欲しい」、「時間又は場所を変更してほしい」、「都合が悪いので、別の機会にして欲しい」といった応答選択肢が用意されており、これらの選択肢もチェックマーク

「レ」の記入の有無で選択あるいは非選択を決めることができるようになっている。

【0029】上記APMテンプレート編集画面からは、「戻る」鈕か「医師ビュー」鈕か「送信」鈕のいずれかをクリックすることで、次のステップへ進むことができ、例えば新たな書き込みを行うかして画面を編集した場合は、画面の最下部にある「送信」鈕をクリックすることにより、更新されたAPMテンプレート更新画面が専用サイト提供サーバ機6のテンプレートデータベース15に保存される。ステップST585までの操作を終えた営業員は、ステップST586において医師ビューを確認した後、編集後の状態を新たなテンプレートとして保存したい場合は、判断ステップST587に続くス

テップST588において、名前を付けて自分用に保存し、最後に医師別ウェブページへアップロードする。テンプレートへの保存を望まない場合は、ステップST588は省略される。かくして、図3に示したステップST62において医師別ウェブページへのアップロードが行われ、これに続くステップST63において、医師向けに電子メールが送信され、ページ更新が通知される。

【0030】なお、医師に電子メールを送信する際に、カーボンコピー(c c)機能を利用して担当営業員自身にも同一内容の電子メールを送信するようにし、医師と同じ条件での医師ビューの確認に当てることもできる。また、医師向けの電子メールの送信は、担当営業員の手をかけずに医師別APMウェブページへのアップロードに連動して自動的に行う構成とすることもできる。こうした電子メール送信の自動化は非常に有効な手法であり、担当営業員による電子メールの送信忘が防止できるのみならず、電子メールに掲載される医師別APMウェブページのURLの配信作業が自動化されるなど、担当営業員の負担軽減効果は大である。

【0031】医師別APMウェブページの表示画面は、図8に示したように、ヘッダ部分に表示された担当営業員の顔写真欄の横に、「○○先生の営業担当者は××です」のような営業員の自己紹介がなされ、その下の行に連絡先の電話番号が併記してある。また、アポイントメント管理に必要な諸項目は、ヘッダ部分を除く画面上半分の営業員書き込み領域と画面下半分の医師書き込み領域に列記される。営業員書き込み領域には、「いつもお世話になっております。○○先生には××が営業を担当させて頂いております。」と書かれた挨拶文が記載されており、この挨拶文に続いて、「次回は、※月※日

(*) 午前10時ごろお伺いする予定です。先生のご都合はいかがでしょうか。」のように、訪問営業の日程に関する医師の了解を求める質問文が表示される。この質問文は訪問日時だけが書き換えるようになっており、点線で枠囲みされた箇所以外は繰り返し使用することができますが、できるようになっている。さらに、営業員が訪問時に主に説明したいと考えている内容すなわち訪問トピックとして、例えば「製品Aを用いた新しい術式をご紹介させていただく予定です。先日米国で開催されたB学会発表サマリーも持参いたします。」といった内容のメッセージが添えられる。

【0032】一方、認証登録済みの医師が専用サイトへアクセスするときは、まずクライアント機1を立ち上げ、電子メールに掲示されたURLをクリックする。すなわち、クライアント機1を立ち上げてインターネットエクスプローラ等のブラウザ(閲覧ソフト)を起動し、ダイアルアップ接続によりプロバイダ4に対し電話回線を接続する。さらに、電子メール又はメディカルポータルサイトに記された「プロトコル名：//サーバ名/ディレクトリ名/」で構成される専用サイト提供サーバ機

6の医師別ウェブサイトのURL、すなわち専用サイトのホームページアドレスをクリックする。かくして、インターネット上で指定URLにある専用サイト提供サーバ機6が探索され、専用サイト提供サーバ機6とクライアント機1がインターネットを介して接続される。クライアント機1からのアクセスを受けた専用サイト提供サーバ機6は、クライアントから要求されたHTMLファイルをデータベース10から読み出して、クライアント機1へと送信する。その結果、医師が操作するクライアント機1には、前述の図8に示した医師別APMウェブページが表示される。

【0033】クライアント機1に表示された医師別APMウェブページには、営業員書き込み領域に前述した営業員からの訪問予定が記入されており、医師は画面の下半分にある医師書き込み領域に返答となる必要事項を書き込むことができるようになっている。本例の場合、最初に「その他のご興味のある内容を選択」という選択肢が用意されており、この選択肢をクリックすると、図の右下半分に点線で囲った画面が表示され、医師が知りたい内容にチェックを入れることができる。チェック項目としては、例えば他病院での製品Pの採用状況、次回手術の立ち会い、製品Bのサンプル使用感など、数項目が用意されている。また、この選択肢に続き、「都合がよい」、「訪問前に電話で確認して欲しい」、「院内に到着したら一度電話して欲しい」、「時間又は場所を変更して欲しい」、「都合が悪いので、別の機会にして欲しい」、「コメント又は持ってきて欲しいもの等、ご自由にご記入ください」といった選択肢が続く。これらの選択肢は、先頭に付された丸印をクリックすることで選択される。

【0034】なお、「時間又は場所を変更して欲しい」という選択肢には、時間と場所を書き込むための空欄が付されており、また「ご自由にご記入ください」という選択肢にも、医師からの要望を記入するための記入欄が付されている。この医師別APMウェブページ画面から営業員からのメッセージを読み取った医師は、画面上での問い合わせに答える形で、必要事項を選んで返答を書き込む。画面の最下行付近には枠囲みされた送信鈕とリセット鈕が表示されており、書き込み内容をリセットするときはリセット鈕を押し、書き込み内容に問題なく送信してもよいと判断したときは送信鈕をクリックすることができる。そこで、医師が送信鈕をクリックすると、書き込みを終えたばかりの医師別APMウェブページが専用サイト提供サーバ機6へ送信され、データベース10内のHTMLファイルが更新される。なお、担当営業員からのメッセージに異存ない場合、医師は「都合がよい」という選択肢をクリックし、続いて送信鈕をクリックするという2つのクリック操作だけで、担当営業員への返信が完了する。また、通常は、「都合がよい」という選択肢には最初からデフォルト（既定値）として選択

されているので、担当営業員からのメッセージに同意した医師は、送信鈕をクリックする1回のクリック操作だけで返信を行うことができる。

【0035】一方また、医師別APMウェブページが医師により更新されたことは、担当営業員もしくは前述の関係者がブラウザの更新鈕により営業員用メインページを最新の情報に更新することにより認識され、同時にまた電子メールにより担当営業員のモバイル端末（図示せず）とインターネット対応型携帯端末（図示せず）へと通知される。一般に、端末機7は、営業員が社内に居る場合は就業期間中ずっと起動状態にあるのが普通であり、前述した担当営業員用メインページを最新の情報に更新することにより、図4に示したように、最初の行の「送受信管理へ」鈕の下に未読メッセージが何通あるかが即刻表示される。このため、担当営業員は遅滞なく医師から返答のあったことを知ることができる。また、仮に担当営業員が出張で留守をしていた場合でも、帰社後に端末機7を立ち上げた時点で医師からの返答を知ることができる。なお、モバイル端末やインターネット対応型携帯端末を携帯して出張していた担当営業員へは、医師によるウェブページの更新が電子メールにより通知されるため、一部機能に制限はあるにせよ端末機7に近いアクセスも可能である。なお、最新の情報に更新した営業員用メインページには、今週のアポイントメント欄に最新のアポイントメント内容が表示されるため、担当営業員は当面する営業スケジュールを明確に確認することができる。また、各アポイントの表記欄末尾の鈕をクリックすることで、医師からの返信があったものについては返信内容の確認が、また未返信であるものについては送信内容の確認が行えるようになっている。

【0036】端末機7にてメインページを立ち上げた営業員は、画面上段の未読メッセージの表記を読み、未読メッセージが1通以上ある場合は、「送受信管理へ」鈕をクリックし、図5に示した送受信管理画面を呼び出して受信履歴と送信履歴を一覧表示させる。この送受信管理画面は履歴ごとに未読欄が設けられており、未読か既読かは未読欄にチェックマーク（レ）が付いていることで判別できるようになっている。このため、未読メッセージを読む場合は、チェックの付いた欄に連なる下線付きの医師名の一つをクリックすると、医師から送信されてきた医師別APMウェブページ（図8参照）が、専用サイト提供サーバ機6のデータベース10から読み出され、端末機7の画面に表示される。かくして、営業員は医師からの返答を確認し、必要に応じて追加メッセージを発信することができる。なお、担当営業員は、送受信管理画面に表示される受信履歴と送信履歴から、過去に目を通した既読メッセージにも再度目を通すことができる。

【0037】このように、上記の営業活動支援システムによれば、専用サイト提供サーバ機6が、クライアント

に対する担当営業員の訪問営業予定を、顧客別ウェブページ上で随時書き換え可能なデータとしてデータベース10に保存するようにしたので、顧客と担当営業員が電子ネット上で行う無味乾燥化しやすい情報交換の場を、対面対話による直接的な情報交換の場である訪問営業でもって補完する重要な契機となる訪問営業について、顧客と担当営業員との間で交わされた約束を顧客別ウェブページ上に表示し、常に両者の合意のもとで互いのスケジュールを確認し、互いのスケジュールを必要に応じて修正して弾力的なスケジュール管理を行うことができ、また担当営業員にとっても営業活動の基本である訪問営業に関連するスケジュールを的確に管理することができる。

【0038】図11は図1に示した営業活動支援システムおよび営業活動支援方法によるPCWウェブページの作成手順を説明するためのフローチャート、図12は医師別専用サイトのPCWウェブページの画面表示例を示す図、図13はPCW作成・テンプレート検索結果表示画面の表示例を示す図である。図11に示す判断ステップST591は、図3に示したステップST59の初段に位置するステップであり、ここでまずPCWウェブページを新規作成するか、あるいはテンプレートを利用して作成するかが判断される。テンプレートを使用せずに自由に作成する場合は新規作成が選択され、ステップST595へとジャンプする。一方、製品紹介に必要なメッセージ文などのひな型であるテンプレートを利用する場合は、判断ステップST591に続くステップST592において、「テンプレート検索」鈕をクリックする。具体的には、図13に示す画面上で対象製品と営業フェーズを選択し、「テンプレート検索」鈕をクリックする。かくして、テンプレート選択枠の下側に点線で囲って示したPCWテンプレート検索結果が表示される。この画面には、「テンプレート名」、「テンプレート内容」、「営業フェーズ」などの項目が横並び表示される。「テンプレート名」には、コンセプト説明（製品コンセプトの説明）や術式中心説明（オペを中心とした説明）や詳細データ説明（製品に関する詳細な説明）などの製品トピックが記述されている。「テンプレート内容」は、テンプレートの内容を概略説明する文章が記述されており、「営業フェーズ」には、営業進捗度の段階が記述されている。ここで、適当にテンプレート名をクリックすると、図14に示すPCWテンプレート編集画面が表示される。すなわち、ステップST593に示したテンプレートの選択がここで行われ、表示画面からテンプレートの内容が確認され、カスタマイズしたい場合はここで内容を変更することができる。

【0039】PCWテンプレート編集画面には、宛先となる医師の表記欄に続き、キャッチメッセージ、PCWタイトル、送信方法、スタートパック、メインリンク、サブリンク、質疑応答選択肢に関する表記欄が表示され

る。このため、判断ステップST594においてカスタマイズを希望した場合、ステップST595において、送信先医師（宛先）の選択、キャッチメッセージの記入、コンテンツの選択、ポインターの選択、スタートパックの選択等の操作を行うことができる。具体的には、宛先の表記欄において登録医師リストからドロップダウンすることで、送信先医師が選択され、またキャッチメッセージの表記欄においてテキストボックスを開くことで、1～2行のカスタマイズコメントが挿入できるようになっている。また、PCWタイトルの表記欄へはPCWの表題を書き込むことができ、送信方法の表記欄では、医師宛に電子メールを送信するかあるいは医療情報サイトへ送信するかが選択できるようになっている。スタートパックの表記欄では、スタートパックに含めるファイルの種類をカスタマイズすることができるようになっている。コンテンツの選択については、メインリンクとサブリンクの各表記欄において営業員がウェブページ上のリンクを自由に変更することができるようになっており、ハイライト処理（画面上の表記はH）チェック欄へチェックマークを記入することで、医師に注目してはして箇所に指マーク又は色を変更するなどのポインター追加ができるようになっている。また、質疑応答選択肢の表記欄では、「ビデオを持ってきて欲しい」や「オペを見学したい」や「研修を受けてみたい」などから応答選択肢を選択したり、応答選択肢自体をカスタマイズできるようになっている。

【0040】以上の操作を終えた営業員は、ステップST596において医師ビューを確認した後、編集後の状態を新たなテンプレートとして保存したい場合は、判断ステップST597に続くステップST598において、PCW編集画面の最下部にある「送信」鈕をクリックし、更新されたAPMテンプレート更新画面を専用サイト提供サーバ機6のテンプレートデータベース15に保存する。ただし、テンプレートへの保存を望まない場合は、ステップST598は省略される。最後に、図3に示したステップST62において医師別ウェブページへのアップロードが行われ、これに続くステップST63において、医師向けに電子メールが送信され、ページ更新が通知される。

【0041】PCWウェブページの表示画面は、図12に示したように、担当営業員の顔写真の欄に、「○○先生の営業担当者は××です」のような自己紹介がなされ、これに製品中心情報提供に必要な諸項目が続く構成になっている。この冒頭部分に続く画面は、医療会社が提供する個々の製品を紹介する製品紹介領域（メインページ）と製品紹介に関連する付帯情報領域（サブページ）とが左右に分けて表示されている。製品紹介領域には、ここではタイトルである「圧可変式バルブシャントシステム（CHPV）」に続き、「CHPVとは」、「CHPVのメリット」、「製品ラインアップ」、「患

者さんへの説明用資料」などのメインリンク選択肢が、製品画像とともに枠囲みした押し釦の形で表示してある。また、この外にも、キャッチメッセージである「○先生、本日はこちらの製品パッケージ情報をぜひご覧ください」、「スタートパック」、「担当営業員へのメール送信」、「担当営業員の訪問希望」などの選択肢が枠囲みした押し釦の形で表示してある。また、「スタートパック」には、「基本資料、文書等をまとめてダウンロードできます」との説明文が付されており、「担当営業員へのメール送信」には、「営業員へのお問い合わせ、メッセージの送信はこちらをご利用ください」との説明文が付されている。また、「担当営業員の訪問希望」には、「担当営業員の訪問を希望される方は、こちらからお申し込みください」との説明文が付されている。また、このPCWウェブページでは、特に医師に注目して欲しいリンクにポインターを当てて目立たせ、医師の注目を引くよう配慮してある。また、「担当営業員へのメール送信」と「担当営業員の訪問希望」は、単一の押し釦に統合することもできる。

【0042】上記製品CHPVに関する製品情報は、営業員が医師に最も注目してほしい製品情報をタイムリーに送信することを意図したものであり、紹介する製品は営業員の判断により隨時書き換えることができるようになっており、その方法は前述した通りである。図15は、メインリンク選択肢をクリックしたときに表示される画面例を示す図である。図15(A)は、ページめぐり式のスライド画面を示すものであり、「製品Pのヘルニア手術におけるメリット」を説明する静止画像が、戻る釦と次へ進む釦の操作によりページめぐりされる。従って、ページめぐりに合わせてスライド画面が表示される。また、図15(B)は、テキストと画像が混在する静止型画面を示すものであり、画像の説明をテキストから読み取ることができる。さらに、図15(C)は、ストリーミングビデオの再生画面であり、RealPlayなどの動画再生ソフトウェアによりビデオ画像が再生される。再生モードは、画面上に表示された停止釦や早送り釦あるいは再生釦により選択できるようになっている。また、付帯情報領域における選択肢を切り替え選択することで他の製品情報に切り替えることができる。なお、RealPlay以外にも、再生対象によってはQuickTimeやその他の動画再生ソフトウェアによる再生も可能である。付帯情報領域には、「新着情報」、「術式情報」、「製品情報」、「その他」の項目枠が用意されており、それぞれの項目枠に列記された細目の一つをクリックすることで、細目にリンクされたウェブページが表示されるようになっている。

【0043】上記製品紹介領域に書き込まれた内容は、営業員から医師宛てのメッセージであり、営業員が必要項目の書き込みを終えてファイルを閉じると、自動的に専用サイト提供サーバ機6が医師別PCWウェブページ

のHTMLファイルを更新する。また、前述した医師別APMウェブページ作成時と同様、HTMLファイルが更新されたことを医師に伝えるため、担当営業員は専用サイト提供サーバ機6の医師別ウェブサイトのURLを記した電子メールを送信しておく。なお、この場合も、医師向けの電子メールの送信を医師別PCWウェブページへのアップロードに連動して自動的に行う構成を採用することにより、担当営業員による電子メールの送信忘れを防止し、電子メールに掲載される医師別PCWウェブページのURLの配信作業が自動化され、担当営業員の負担を大幅に軽減することができる。

【0044】一方、専用サイトへアクセスするためクライアント機1を立ち上げた医師が、電子により配信されたURLをクリックすると、クライアント機1に前述の医師別PCWウェブページが表示される。クライアント機1に表示された医師別PCWウェブページには、前述したように、各所に選択肢が用意されている。医師は、「新着情報」、「術式情報」、「製品情報」、「その他」の項目枠に列記された細目の一つをクリックすることで、細目にリンクされたウェブページを表示させることができる。同様に、「CHPVとは」、「CHPVのメリット」、「製品ラインアップ」、「患者さんへの説明用資料」、「○○先生、本日はこちらの製品パッケージ情報をぜひご覧ください」、「スタートパック」、「担当営業員へのメール送信」、「担当営業員の訪問希望」などの選択肢を選択することで、詳細なリンクページへ飛ぶことができる。

【0045】医師別PCWウェブページを見た医師が、「担当営業員へのメール送信」をクリックするか「担当営業員の訪問希望」をクリックして担当営業員宛てにメッセージを送信した場合、端末機7のメインページ上で未読メッセージの数が増えるので、担当営業員は直ちに対応措置を講ずることができる。すなわち、担当営業員用メインページ上で「送受信管理画面へ」の箇所をクリックし、メッセージを送信した医師名とその所属病院名ならびに件名と受信日時を割り出し、医師からのメッセージ、例えば担当営業員の訪問希望等を確認し、必要に応じて追加メッセージを発信することができる。なお、この訪問希望日時等もその場で営業員用メインページのアポイントメントスケジュールに追加される。

【0046】このように、専用サイト提供サーバ機6が、医療会社の製品に関する情報を、顧客別ウェブページ上で隨時書き換え可能なデータとしてデータベース10に保存するようにしたから、顧客が欲する新製品情報などを顧客別に管理することができ、従って製品分野からして顧客が関心をもたないことが明らかな製品の情報を徒に提供し続けたり、あるいはその逆に顧客が最も関心をもつであろう製品についての提供情報が不足するといったことはなく、顧客ごとに最適な製品情報を提供することができる効果が得られる。

【0047】図16は図1に示した営業活動支援システムおよび営業活動支援方法によるFFWウェブページの作成手順を説明するためのフローチャート、図17は医師別専用サイトのFFWウェブページの画面表示例、図18はFFW作成・検索結果表示画面の表示例を示す図、図19はFFW編集画面の表示例を示す図である。まず、ステップST601において、図18に示すFFW作成・検索結果表示画面を表示させる。この画面には、コンテンツ選択欄が表示されており、ここでキーワード検索かカテゴリー別選択かをモード選択し、「コンテンツ検索」鈕をクリックする。キーワード検索では「ヘルニア」などのキーワードに基づいた検索が行われ、カテゴリー別選択では対象製品や営業フェーズあるいはコンテンツカテゴリーを指定した検索が行われる。検索モードを指定してコンテンツ検索を実行すると、FFW作成・検索結果表示画面の下半分に点線で囲って示したファイルリストが表示される。表示されたファイルリストは、ファイルごとに内容確認とダウンロードの要否が選択できるようになっている。担当営業員は、ステップST602において、例えば自ら選択したコンテンツに対し5段階評価とコメントを記入してコンテンツを評価する。ただし、このコンテンツ評価ステップST602は省略することもでき、その意味で一点鎖線で囲って表示してある。続くステップST603では、ステップST601において一覧表示されたファイルの内容を確認する。

【0048】ここで、例えばBPに関する文献について、「確認」鈕をクリックすると、図19に示すFFW編集画面が表示される。このFFW編集画面には、宛先、営業フェーズ、キャッチメッセージ、送信方法、コンテンツ（コンテンツ名、コンテンツカテゴリー、ファイルタイプ、ファイルサイズ、営業フェーズ）の各表記欄が表示されており、「戻る」鈕や「医師ビュー」鈕あるいは「登録」鈕をクリックすることで、所望の処理へ移行できるようになっている。営業員は、まず判断ステップST604において、FFWウェブページの提供方法がネット経由であるか又は訪問時の直接提供によるかを判断する。この場合、送信方法の表記欄において送信方法を指定するとネット経由が選択され、そうでない場合は直接提供が選択される。次に、ステップST605において、コンテンツ名をクリックし、医師に送信したいファイルを選択する。クリックするコンテンツ名は複数あってもよい。次に、ステップST606において、送信先医師（宛先）を選択し、キャッチメッセージを記入する。送信先医師の選択では、登録医師一覧が表示され、その中から送信する医師が選択される。また、キャッチメッセージの送信では、医師の送信するページ上に添付する担当営業員からのメッセージ本文を、「例えばバイオプレートに関する文献」のごとく作成する。

【0049】ステップST607において「医師ビュ

ー」鈕をクリックし、医師ビューを確認した後、ステップST62において「登録」鈕をクリックし、医師別ウェブページへアップロードする。かくして、キャッチメッセージが添付された選択ファイルが、医師別FFWウェブページへアップロードされる。一方、判断ステップST604において直接提供が選択された場合は、ステップST608において、端末機7へのダウンロードが行われる。具体的には、検索結果一覧で表示されたファイルごとに設けられた「ダウンロード」鈕をクリックし、担当営業員の端末機7へダウンロードする。端末機7へダウンロードされたファイルは、担当営業員が医師を訪問したときに紙面に印刷したものを手渡したり、直接医師の目の前で開示することで、営業活動の支援材料として活用される。

【0050】医師別FFWウェブページは、図17に示したように、担当営業員の顔写真の欄に、「○○先生の営業担当者は××です」のような自己紹介がなされ、これにファイル送信に関連した諸項目が続く構成になっている。冒頭部分に続く画面は、担当営業員が医師に提供する情報に関する記述となっている。ここには、「○○先生への送信ファイル」の表題に続くメッセージ欄が設けられており、「ご依頼の文献ファイルをお送りします。「ダウンロード」鈕をクリックするとダウンロードできます。ご不明な点がございましたら電話かメールでご連絡ください。来週は20日10:00頃お伺いいたします。」のようなキャッチメッセージが表示される。送信ファイルの欄には、ファイル名、ファイル種類、送信日、ファイル形式、ファイルサイズの項目があり、例えばそれぞれの項目に製品Zに関する術式、文献、8/8(火)、PDF、120KBなどの表示が行われる。また、最新情報（定期的にお送りする役立つ最新情報です）にも、ファイル、ファイル種類、送信日、ファイル形式、ファイルサイズの項目が用意されており、会社全体としてお知らせしたいことや、学会ニュース、医療ニュースなどの一般的なトピックを定期的に配信する場となっている。また、過去の送信ファイルログの欄もあり、ここにもファイル、ファイル種類、送信日、ファイル形式、ファイルサイズの項目が用意されており、削除を指定することでファイルの削除が可能である。さらに、画面の最下部には、医師別FFWウェブページを見た医師が営業員へメールを送信するための押し鈕や、担当営業員への受信したファイル内容に関する問い合わせや訪問を希望するための押し鈕、あるいはダウンロードを指示するための押し鈕が用意されている。

【0051】上記医師別FFWページに書き込まれた内容は、営業員から医師宛てのメッセージであり、営業員が必要項目の書き込みを終えてファイルを閉じると、自動的に専用サイト提供サーバ機6が医師別FFWウェブページのHTMLファイルを更新する。かくして、更新されたHTMLファイルすなわち医師別FFWウェブペ

ージは、医師のアクセスを待つことになる。この場合、HTMLファイルが更新されたことは医師には直接分からぬいため、HTMLファイルが更新されたことを医師に伝えるため、営業員は専用サイト提供サーバ機6の医師別ウェブサイトのURLを掲載した電子メールを送信しておく。ただし、この場合も、医師向けの電子メールの送信を医師別FFWウェブページのHTMLファイルの更新に連動して自動的に行う構成を採用することにより、担当営業員による電子メールの送信忘れを防止し、電子メールに掲示される医師別FFWウェブページのURLの配信作業を自動化し、担当営業員の負担を大幅に軽減することができる。

【0052】一方、専用サイトへアクセスするためクライアント機1を立ち上げた医師は、電子メールに掲示されたURLをクリックし、クライアント機1に前述の医師別FFWウェブページを表示する。クライアント機1に表示された医師別FFWウェブページには、「送信ファイル」と「最新情報」と「過去の送信ログ」が表示されている。医師は、これらの項目枠に列記された細目一つをクリックすることで内容確認でき、ダウンロード鍵をクリックすることにより、細目にリンクされたファイルをダウンロードすることができる。また、担当営業員へのメール送信か担当営業員の訪問希望を押した場合は、その旨がインターネットを介して営業員の端末機7へ通知され、この通知を読んだ営業員によって対応措置がとられる。

【0053】このように、専用サイト提供サーバ機6が、顧客から受けた情報提供要求に応える情報を、専用サイトのFFWウェブページ上にアップロードする構成としたので、顧客からの問い合わせに応える情報をファイル化してデータベース10に保存することで、顧客別FFWウェブページにアップロードされたファイルであれば、顧客は何時でも必要に応じて必要なだけ随時取り出すことができ、顧客への十分な情報提供を通じて顧客満足度を高めることができる。

【0054】以上のように、この営業活動支援システムによれば、営業活動を展開しようとする顧客のうち予め認証登録された顧客に対し、主として担当営業員との間で個別で運用する専用サイトを提供することで、顧客と担当営業員がネット上で仮想的に常時対面しているに等しい環境を構築することができる効果が得られる。また、顧客と担当営業員が交わす情報の個別深化と情報交換機能の汎用化が同時に達成できるので、電子メールや汎用サイトといった従来の営業活動支援手段では達成が困難な営業成果を挙げができる効果が得られる。さらに、専用サイト上で個別が互いに緊密に情報交換でき、しかも個別情報は階層的に深化させることができるので、顧客が欲する情報を的かつ迅速に提供することができ、また個々の営業員が担当できる顧客の数が増えるため、対面活動に割いていた人件費等を大幅に圧縮

し、効率的な営業活動が可能になる効果が得られる。

【0055】また、専用サイト提供サーバ機6が、更新前のウェブページをデータベース10に予め定めた一定期間に亘ってバックアップ保存する構成としたので、顧客であるクライアントと担当営業員との間での情報交換を経て更新された顧客別ウェブページが、最新のものだけでなく過去に遡ってデータベースから抽出でき、これにより顧客が担当営業員あるいは事業会社に求める情報を時系列的に把握したり、顧客への応接に有効と思われる情報分野を重点強化し、より効果的かつ効率的な販促に役立てることができる効果が得られる。また、担当営業員の上司や管理職などの関係者は、ウェブページを通じて担当営業員の営業活動をモニターすることができ、販促に寄与する効果的な営業活動内容や使い勝手に優れたテンプレートあるいは有意義で利用度の高いコンテンツ等を、他の営業員に紹介して販促効果を高めることができる効果が得られる。

【0056】また、データベース10に、顧客への担当営業員の訪問営業予定や営業品目に含まれる製品に関する情報を掲載したウェブページを作成するツールとして、担当営業員が個々にカスタマイズして保存できるテンプレートを格納する構成としたので、各担当営業員がテンプレートを編集するような形で入力を蓄積することにより、担当営業員ごとに使い勝手に優れた顧客別ウェブページを作成することができ、顧客に対する営業活動の進捗度や営業員の営業経験の違いあるいは営業員の営業重点項目の違い等に応じたきめ細かな販売支援が可能であるという効果が得られる。

【0057】実施の形態2、図20はこの発明の実施の形態2による営業活動支援システムを示す概略構成図である。図20において図1と同一符号は同一部分を指し、その説明は省略する。図中、8はネット接続業者等がポータルサイトとして総合サイトを提供するポータルサイト提供サーバ機、9はポータルサイト提供サーバ機8をネットに中継接続するルータである。この実施の形態2は、ポータルサイトを玄関にアクセスしたクライアントが、ポータルサイトの画面上でリンク先を指定しインターネット上で顧客として専用サイトに移動できるようにしたものであり、専用サイト上では医師に対する一般的な情報ではなく、医師と担当営業員との間で個別に作成された医師別ウェブページを表示し、サイト移行後直ちに医師と担当営業員との間の親密な情報交換を図ることができるようにしてある。

【0058】次に、動作について説明する。図21は医師の側から見たアクセスステップを表示例とともに示すフローチャートである。医師は、図21に示すステップST81において、クライアント機1を立ち上げ、インターネットエクスプローラ等のブラウザ(閲覧ソフト)を起動し、ダイアルアップ接続によりプロバイダ4に対し電話回線を接続する。さらに、ポータルサイトのUR

しを入力することで、ポータルサイト提供サーバ機8とクライアント機1がインターネットを介して接続される。一方、クライアント機1からのアクセスを受けたポータルサイト提供サーバ機8は、ホームページのHTMLファイルを読み込んでクライアント機1へと返信する。その結果、医師が操作するクライアント機1には、例えば図21(A)に示す「○×ネットへようこそ」のような初期画面が表示される。

【0059】上記初期画面には様々なサイトが窓を開けており、医師はここで目的とする医療情報サイト(メディカルポータルサイト)へのアクセスを試みる。ここで登場する医療情報サイトは、予め会員契約を結んである医師やインターンあるいは医学生だけがアクセスできるようになっており、アクセスを希望する医師は、ステップST82に示すように、図21(B)に示す画面上で識別番号(ID)と暗証番号(パスワード)を入力する。識別番号と暗証番号を転送されたポータルサイト提供サーバ機8は、医療サイトのホームページのHTMLファイルを読み込み、クライアント機1へ転送する。かくして、クライアント機1には医療情報サイトのホームページが表示され、医師は医療情報サイトへ入ることができる。なお、医療情報サイトのような専門性をもたない他のサイトには、識別番号や暗証番号の入力をアクセスの条件とせず、無条件でアクセスを許容する情報サイトもある。

【0060】医療情報サイトには、図21(C)に示すように、バナー広告用に複数のリンクが割り当てられており、医療情報サイトの初期画面において、ステップST83に示すように、医療会社のバナー広告の上に医師がピントを合わせてマウスをクリックすると、バナー広告を提供している医療会社のURLが選択される。なお、バナー広告は担当営業員専用のもので、リンク先は医師別ウェブページとなっており、HTMLファイルにてバナー広告を表示している画像ファイル指定タグをアンカータグで囲むと、ブラウザ上でリンク先のURLを入力指定したのと同じ処理が行われ、医師のクライアント機1はインターネットを介して医療会社の専用サイト提供サーバ機6へと接続される。かくして、ステップST84に示したように、医師は表示された医師別ウェブページ上で担当営業員からの新着メッセージを確認し、返信メッセージを発信したりすることができる。なお、担当営業員がウェブページを更新した場合、実施の形態1では電子メールにより医師に通知する方法に沿って説明したが、医療情報サイト上にリンクを掲示する方法を併用することもできる。

【0061】以上のように、この実施の形態2によれば、ポータルサイトを玄関にアクセスした顧客が、ポータルサイトの画面上でリンク先を指定しインターネット上で顧客として専用サイトに移動したときに、表示された専用サイトには顧客に対する一般的な情報ではなく、

顧客と担当営業員との間でだけ交わされた情報を表示し、これにより専用サイト移行直後から顧客と担当営業員との間で緊密な情報交換を図ることができる効果が得られる。

【0062】なお、上記の実施の形態1、2では、クライアント機1は医師がダイアルアップ接続により専用サイト提供サーバ機6或いはポータルサイト提供サーバ機8と接続する構成としたが、ルータ(図示せず)を介してインターネットに接続された院内LANを備えた病院の医師は、院内LANに接続されたクライアント機1から公衆網を介さずに直接専用サイト提供サーバ機6やポータルサイト提供サーバ機8にクライアント機1を接続することもできる。また、営業員の端末機7は医療会社の社内LANに接続されている場合を例にとったが、ワイヤレスネットワークや携帯電話ネットワーク、例えば、モバイル端末やインターネット接続対応型携帯端末なども端末機7として利用することができ、その場合は有線あるいは無線で端末機7をインターネットに接続し、インターネットを経由して専用サイト提供サーバ機6にアクセスすることができ、担当営業員の機動性を一段と高めることができる。また、医師側も同様にワイヤレスネットワークや携帯電話ネットワーク、例えば、モバイル端末やインターネット接続対応型携帯端末などをクライアント機1またはその補助として利用し、直接、専用サイト提供サーバ機6やポータルサイト提供サーバ機8に接続することもできる。

【0063】また、実施の形態1、2では、医師をクライアントとし担当営業員との間の情報交換を効率化して販促効果を高める営業活動支援システムを例に説明したが、この営業活動支援システムは医療業界に限らず広く一般の業界における販促に適用することができるものである。例えば、電子取引により決済やローン業務などの銀行業務を行う金融機関向けに、顧客獲得のための営業活動支援システムを構築した場合、顧客がポータルサイト(金融サイト)経由あるいはポータルサイトを経由せずに直接に特定の金融機関が提供する専門サイトにアクセスしたときに、顧客ごとに資産状況に応じた少しでも有利な蓄財情報を提供し、販促効果を高めることができるもの。

【0064】

【発明の効果】以上のように、この発明によれば、認証登録された顧客ごとに専用サイトを提供し、該専用サイトを前記顧客と主として担当営業員だけに運用させる専用サイト提供サーバ機と、該専用サイト提供サーバ機によりデータを読み書きされ、前記専用サイト上で前記顧客と担当営業員とが交換した情報をデータとして保存するデータベースを備えるように構成したので、営業活動を展開しようとする顧客のうち予め認証登録された顧客に対し、主に担当業員との間で個対個で運用する専用サイトを提供することで、顧客と担当営業員がネット上で

仮想的に常時対面しているに等しい環境を構築することができ、また顧客と担当営業員が交わす情報の個別深化と情報交換機能の汎用化が同時に達成できるので、電子メールや汎用サイトといった従来の営業活動支援手段では達成が困難な営業成果を挙げることができ、さらに専用サイト上で個別個が互いに緊密に情報交換でき、しかも個別情報は階層的に深化させることができるので、顧客が欲する情報を的確かつ迅速に提供することができ、また個々の営業員が担当できる顧客の数が増えるため、対面活動に割いていた人件費等を大幅に圧縮し、効率的な営業活動が可能になるという効果がある。

【0065】この発明によれば、専用サイト提供サーバ機が、顧客への担当営業員の訪問営業予定を、専用サイトのウェブページ上で随時書き換え可能なデータとしてデータベースに保存するように構成したので、顧客と担当営業員が電子ネット上で行う無味乾燥化しやすい情報交換の場を対面対話による直接的な情報交換の場をもつて補完する重要な契機となる訪問営業について、顧客と担当営業員との間で交わされた約束を顧客別ウェブページ上に表示し、常に両者の合意のもとで互いのスケジュールを確認し合い、必要に応じて臨機応変に互いのスケジュールをすり合わせ修正することで、弾力的なスケジュール管理を行うことができ、しかも担当営業員は営業活動の基本である訪問営業に関連するスケジュールを的確に管理できるので、営業活動の基盤を強化して営業実績を高めることができ、また顧客にとっても、顧客別ウェブページ上でスケジュールを確認し、数クリックの操作でもって担当営業員に了解した旨を返信できるので、顧客への負担を減らしネット上での効率のよい対話を促すことができるという効果がある。

【0066】この発明によれば、専用サイト提供サーバ機が、営業品目に含まれる製品に関する情報を、専用サイトのウェブページ上で随時書き換え可能なデータとしてデータベースに保存するように構成したので、顧客が欲する新製品情報などを顧客別に管理することができ、従って製品分野からして顧客が関心をもたないことが明らかな製品の情報を徒に提供し続けたり、あるいはその逆に顧客が最も関心をもつであろう製品についての提供情報が不足するといったことはなく、顧客ごとに最適な製品情報を提供することができるという効果がある。

【0067】この発明によれば、専用サイト提供サーバ機が、担当営業員から顧客に伝えたい情報や顧客から受けた情報提供要求に応える情報を、専用サイトのウェブページ上にアップロードするように構成したので、担当営業員が積極的に顧客に伝えたい情報や顧客からの問い合わせに応える情報をファイル化してデータベースに保存することで、顧客別ウェブページにアップロードされたファイルであれば、顧客は何時でも必要に応じて必要な量だけを随時取り出すことができ、顧客への十分な情報提供を通じて顧客満足度を高めることができるという

効果がある。

【0068】この発明によれば、専用サイト提供サーバ機が、更新前のウェブページをデータベースに予め定めた一定期間に亘ってバックアップ保存するように構成したので、顧客であるクライアントと担当営業員との間での情報交換を経て更新された顧客別ウェブページが、最新のものだけでなく過去に遡ってデータベースから抽出でき、これにより顧客が担当営業員あるいは事業会社に求める情報を時系列的に把握したり、顧客への応接に有効と思われる情報分野を重点強化し、より効果的かつ効率的な販促に役立てることができ、また担当営業員の上司や管理職などの関係者が、ウェブページを通じて担当営業員の営業活動をモニターし、販促に寄与する効果的な営業活動内容や使い勝手に優れたテンプレートあるいは有意義で利用度の高いコンテンツ等を、他の営業員に紹介して販促効果を高めることができるという効果がある。

【0069】この発明によれば、データベースに、顧客への担当営業員の訪問営業予定や営業品目に含まれる製品に関する情報を掲載したウェブページを作成するツールとして、担当営業員が個々にカスタマイズして保存できるテンプレートを格納するように構成したので、各担当営業員がテンプレートを編集するような形で入力を蓄積することにより、担当営業員ごとに使い勝手に優れた顧客別ウェブページを作成することができ、顧客に対する営業活動の進捗度や営業員の営業戦略の違いあるいは営業員の営業重点項目の違い等に応じたきめ細かな販売支援が可能であるという効果がある。

【0070】この発明によれば、専用サイト提供サーバ機が、営業員用の端末機がインターネット又はインターネットを介して有線又は無線で接続されるように構成したので、営業員は仕事場や自宅といった場所の制約から解放され、外出先や出張先からも顧客別ウェブページにアクセスすることができ、営業活動の機動性を大幅に向上させることができるという効果がある。

【0071】この発明によれば、専用サイト提供サーバ機が、顧客用のクライアント機がインターネットを介して有線又は無線で接続されるように構成したので、クライアントである顧客はダイアルアップ接続して公衆網を介して専用サイトにアクセスする以外にも、公衆網を介さずに専用サイトにアクセスすることもでき、アクセス経路の多様性が顧客のアクセス意欲を高め、営業員との間の活発な情報交換を促進できるという効果がある。

【0072】この発明によれば、専用サイト提供サーバ機が、アドレス登録された顧客にポータルサイト提供サーバ機が運用するポータルサイトにリンクされた専用サイトを提供し、前記顧客がポータルサイトを経由して前記専用サイトにアクセスした場合も、該専用サイトを前記顧客と主として担当営業員だけに運用させるように構成したので、ポータルサイトを玄関にアクセスした顧客

が、ポータルサイトの画面上でリンク先を指定しインターネット上で顧客として専用サイトに移動したときに、表示される専用サイトには顧客に対する一般的な情報ではなく、顧客と担当営業員との間でだけ交わされた情報を表示し、これにより専用サイト移行直後から顧客と担当営業員との間で緊密に情報交換できるという効果がある。

【0073】この発明によれば、認証登録された顧客ごとに専用サイトを提供し、該専用サイトを前記顧客と主として担当営業員だけに運用させ、前記専用サイト上で前記顧客と担当営業員とが交換した情報をデータとして保存するように構成したので、営業活動を展開しようとする顧客のうち予め認証登録された顧客に対し、主に担当営業員との間で個対個で運用する専用サイトを提供することで、顧客と担当営業員がネット上で仮想的に常時対面しているに等しい環境を構築することができ、また顧客と担当営業員が交わす情報の個別深化と情報交換機能の汎用化が同時に達成できるので、電子メールや汎用サイトといった従来の営業活動支援手段では達成が困難な営業成果を挙げることができ、さらに専用サイト上で個対個が互いに緊密に情報交換でき、しかも個別情報は階層的に深化させることができるので、顧客が欲する情報を的かつ迅速に提供することができ、また個々の営業員が担当できる顧客の数が増えるため、対面活動に割いていた人件費等を大幅に圧縮し、効率的な営業活動が可能になるという効果がある。

【0074】この発明によれば、顧客への担当営業員の訪問営業予定を、専用サイトのウェブページ上で随時書き換え可能なデータとして保存するように構成したので、顧客と担当営業員が電子ネット上で行う無味乾燥化しやすい情報交換の場を対面対話による直接的な情報交換の場をもって補完する重要な契機となる訪問営業について、顧客と担当営業員との間で交わされた約束を顧客別ウェブページ上に表示し、常に両者の合意のもとで互いのスケジュールを確認し合い、必要に応じて臨機応変に互いのスケジュールをすり合わせ修正することで、彈力的なスケジュール管理を行うことができ、しかも担当営業員は営業活動の基本である訪問営業に関連するスケジュールを的確に管理できるので、営業活動の基盤を強化して営業実績を高めることができ、また顧客にとっても、顧客別ウェブページ上でスケジュールを確認し、数クリックの操作でもって担当営業員に了解した旨を返信できるので、顧客への負担を減らしネットでの効率のよい対話を促すことができるという効果がある。

【0075】この発明によれば、営業品目に含まれる製品に関する情報を、専用サイトのウェブページ上で随時書き換え可能なデータとして保存するように構成したので、顧客が欲する新製品情報などを顧客別に管理することができ、従って製品分野からして顧客が関心をもたないことが明らかな製品の情報を徒に提供し続けたり、あ

るいはその逆に顧客が最も関心をもつであろう製品についての提供情報が不足するといったことはなく、顧客ごとに最適な製品情報を提供することができるという効果がある。

【0076】この発明によれば、顧客に伝えたい情報又は顧客から受けた情報提供要求に応える情報を、専用サイトのウェブページ上にアップロードするように構成したので、担当営業員が積極的に顧客に伝えたい情報や顧客からの問い合わせに応える情報をファイル化してデータベースに保存することで、顧客別ウェブページにアップロードされたファイルであれば、顧客は何時でも必要に応じて必要な量だけを随時取り出すことができ、顧客への十分な情報提供を通じて顧客満足度を高めることができるという効果がある。

【図面の簡単な説明】

【図1】 この発明の実施の形態1による営業活動支援システムを示す概略構成図である。

【図2】 図1に示した専用サイト提供サーバ機が抱えるデータベースの構造を示す概念図である。

【図3】 図1に示した営業活動支援システムおよび営業活動支援方法における営業員による操作の流れを概括的に説明するためのフローチャートである。

【図4】 端末機における営業員用メインページの一例を示す図である。

【図5】 送受信管理画面の表示例を示す図である。

【図6】 顧客情報管理画面の表示例を示す図である。

【図7】 図1に示した営業活動支援システムおよび営業活動支援方法によるAPMウェブページの作成手順を説明するためのフローチャートである。

【図8】 医師別専用サイトのAPMウェブページの画面表示例を示す図である。

【図9】 APM作成・テンプレート検索結果表示画面の表示例を示す図である。

【図10】 APMテンプレート編集画面の表示例を示す図である。

【図11】 図1に示した営業活動支援システムおよび営業活動支援方法によるPCWウェブページの作成手順を説明するためのフローチャートである。

【図12】 医師別専用サイトのPCWウェブページの画面表示例を示す図である。

【図13】 PCW作成・テンプレート検索結果表示画面の表示例を示す図である。

【図14】 PCWテンプレート編集画面の表示例を示す図である。

【図15】 図12に示したPCWウェブページ上でメインリンク選択肢をクリックしたときに表示される表示例を示す図である。

【図16】 図1に示した営業活動支援システムおよび営業活動支援方法によるFFWウェブページの作成手順を説明するためのフローチャートである。

【図17】 医師別専用サイトのFFWウェブページの画面表示例を示す図である。

【図18】 FFW作成・検索結果表示画面の表示例を示す図である。

〔図1.9〕 FFW編集画面の表示例を示す図である。

【図20】 この発明の実施の形態2による営業活動支援システムを示す概略構成図である。

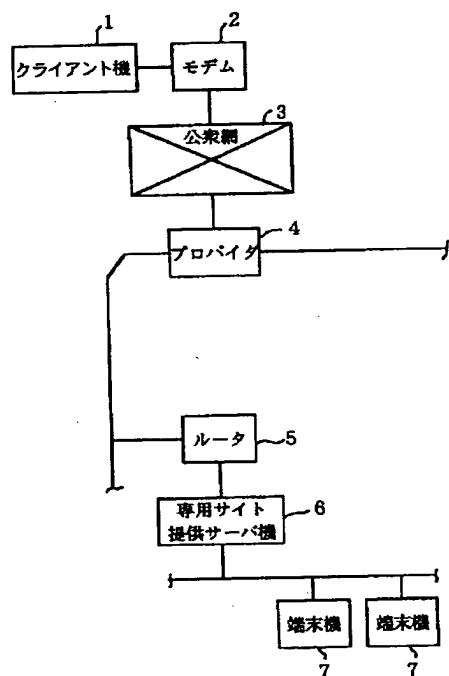
【図21】 医師の側から見たアクセスステップを表示
例とともに示すフローチャートである。

【符号の説明】

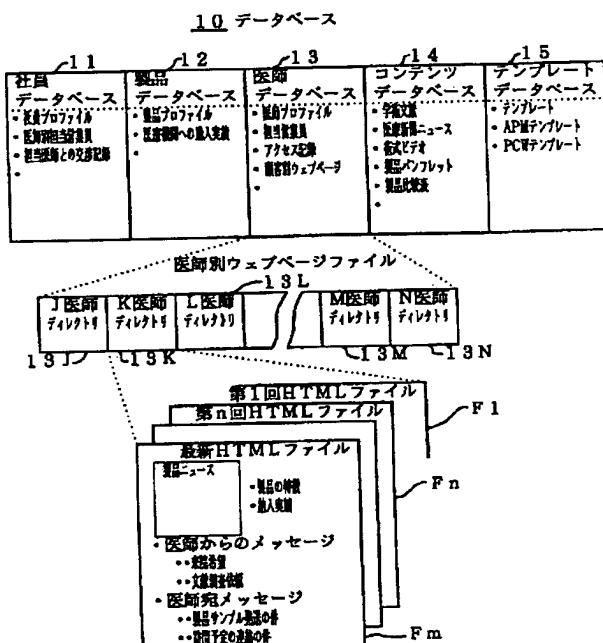
- ## 1 クライアント機 2 モデム

- 3 公衆網
- 4 プロバイダ
- 5, 9 ルータ
- 6 専用サイト提供サーバ機
- 7 端末機
- 8 ポータルサイト提供サーバ機
- 10 データベース
- 11 社員データベース
- 12 製品データベース
- 13 医師データベース
- 14 コンテンツデータベース
- 15 テンプレートデータベース

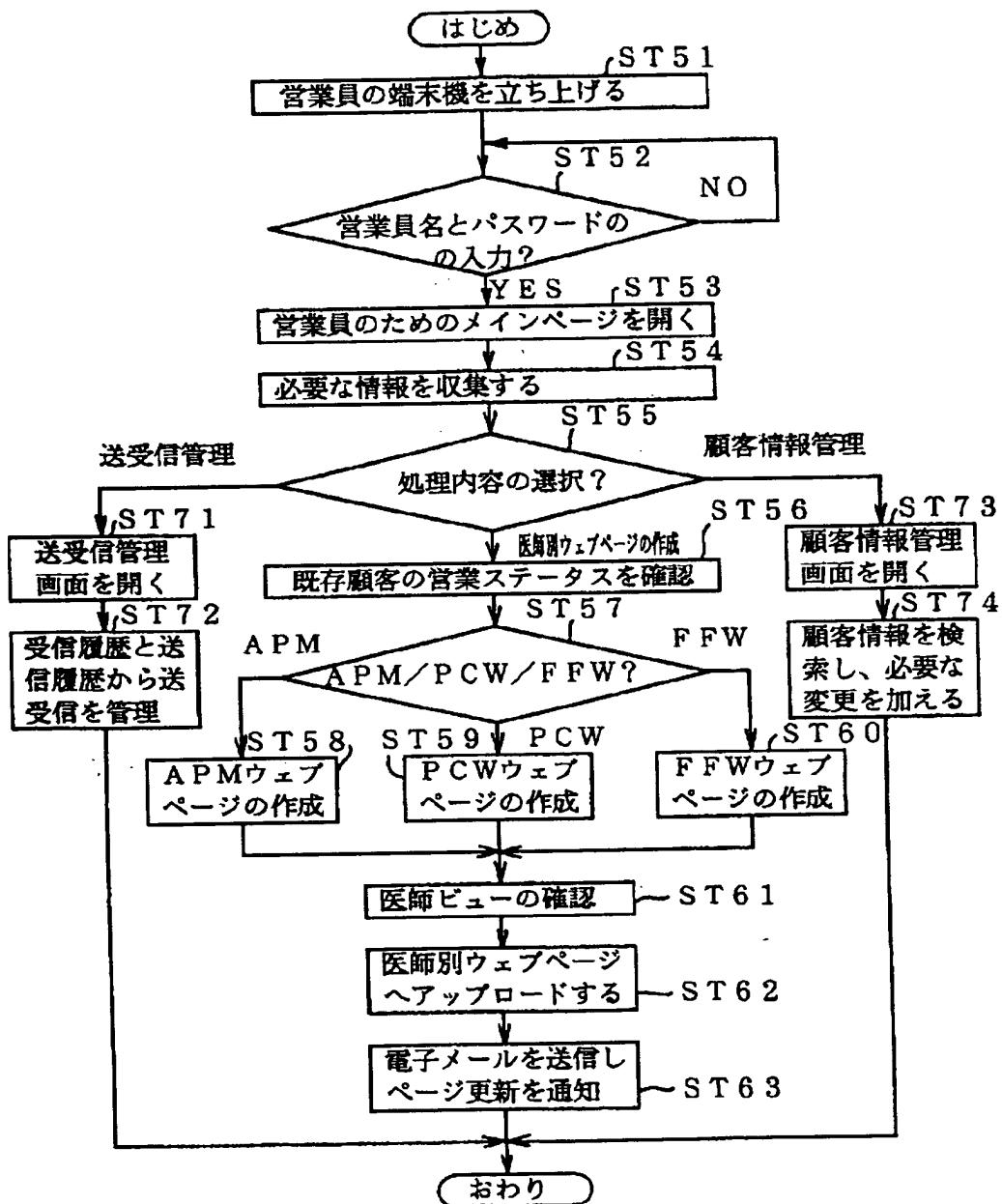
[図1]



【図2】



【図3】



【図4】

営業員用メインページ																																																																																																																	
ファイル(F) 編集(E) 表示(V) 検索(S) 入力(A) ツール(T) ヘルプ(H)																																																																																																																	
[メインページ] [送受信管理] [A P M] [P C W] [F F W] [顧客情報管理]																																																																																																																	
<p>[送受信管理へ] 未読のメッセージが2通あります。</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="6">本日のマーケティング・営業プラン</th> </tr> <tr> <th>営業内容</th> <th>最終更新日</th> <th></th> <th></th> <th></th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Aランクの先生のN学会のナマリーを送信してください。</td> <td>2000年8月10日</td> <td>[内容確認]</td> <td>[ダウンロード]</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>T大病院のK先生を訪問してください。</td> <td>2000年8月10日</td> <td>[内容確認]</td> <td>[ダウンロード]</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>[内容確認]</td> <td>[ダウンロード]</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>[内容確認]</td> <td>[ダウンロード]</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="6">最新コンテンツ</th> </tr> <tr> <th>営業内容</th> <th>最終更新日</th> <th></th> <th></th> <th></th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>N学会での登録内容を中心とした製品Cの情報が追加されました。</td> <td>2000年8月10日</td> <td>[内容確認]</td> <td>[ダウンロード]</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>D社の製品D-1に関する製品トラブルを含む文献が追加されました。</td> <td>2000年8月10日</td> <td>[内容確認]</td> <td>[ダウンロード]</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>[内容確認]</td> <td>[ダウンロード]</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>[内容確認]</td> <td>[ダウンロード]</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="6">今週のアポイントメント [7月25日~28日] [来週]:</th> </tr> <tr> <th>日時</th> <th>医師名</th> <th>病院</th> <th>訪問目的</th> <th colspan="2">返信確認</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>7月25日 11:00</td> <td>K先生</td> <td>T大病院</td> <td>製品Cの文献紹介</td> <td>返信済み</td> <td>[返信内容確認]</td> </tr> <tr> <td>7月27日 10:00</td> <td>A先生</td> <td>N大病院</td> <td>製品Lのデモ機持参</td> <td>返信済み</td> <td>[返信内容確認]</td> </tr> <tr> <td>7月27日 16:00</td> <td>B先生</td> <td>K大病院</td> <td>オペ立ち会い</td> <td>未返信</td> <td>[送信内容確認]</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>						本日のマーケティング・営業プラン						営業内容	最終更新日					Aランクの先生のN学会のナマリーを送信してください。	2000年8月10日	[内容確認]	[ダウンロード]			T大病院のK先生を訪問してください。	2000年8月10日	[内容確認]	[ダウンロード]					[内容確認]	[ダウンロード]					[内容確認]	[ダウンロード]			最新コンテンツ						営業内容	最終更新日					N学会での登録内容を中心とした製品Cの情報が追加されました。	2000年8月10日	[内容確認]	[ダウンロード]			D社の製品D-1に関する製品トラブルを含む文献が追加されました。	2000年8月10日	[内容確認]	[ダウンロード]					[内容確認]	[ダウンロード]					[内容確認]	[ダウンロード]			今週のアポイントメント [7月25日~28日] [来週]:						日時	医師名	病院	訪問目的	返信確認		7月25日 11:00	K先生	T大病院	製品Cの文献紹介	返信済み	[返信内容確認]	7月27日 10:00	A先生	N大病院	製品Lのデモ機持参	返信済み	[返信内容確認]	7月27日 16:00	B先生	K大病院	オペ立ち会い	未返信	[送信内容確認]						
本日のマーケティング・営業プラン																																																																																																																	
営業内容	最終更新日																																																																																																																
Aランクの先生のN学会のナマリーを送信してください。	2000年8月10日	[内容確認]	[ダウンロード]																																																																																																														
T大病院のK先生を訪問してください。	2000年8月10日	[内容確認]	[ダウンロード]																																																																																																														
		[内容確認]	[ダウンロード]																																																																																																														
		[内容確認]	[ダウンロード]																																																																																																														
最新コンテンツ																																																																																																																	
営業内容	最終更新日																																																																																																																
N学会での登録内容を中心とした製品Cの情報が追加されました。	2000年8月10日	[内容確認]	[ダウンロード]																																																																																																														
D社の製品D-1に関する製品トラブルを含む文献が追加されました。	2000年8月10日	[内容確認]	[ダウンロード]																																																																																																														
		[内容確認]	[ダウンロード]																																																																																																														
		[内容確認]	[ダウンロード]																																																																																																														
今週のアポイントメント [7月25日~28日] [来週]:																																																																																																																	
日時	医師名	病院	訪問目的	返信確認																																																																																																													
7月25日 11:00	K先生	T大病院	製品Cの文献紹介	返信済み	[返信内容確認]																																																																																																												
7月27日 10:00	A先生	N大病院	製品Lのデモ機持参	返信済み	[返信内容確認]																																																																																																												
7月27日 16:00	B先生	K大病院	オペ立ち会い	未返信	[送信内容確認]																																																																																																												

【図5】

送受信管理

ファイル(F) 組(E) 記(V) お問い合わせ(A) フォルダ(T) ヘルプ(H)

メインページ 送受信管理 APM PCW FFW 顧客情報管理

受信履歴 ◎過去一週間分 ○過去一ヶ月分 [表示] [削除]

未読	医師名	病院名	送信日時	件名	削除
<input type="checkbox"/>	K. H	T大付属	00/08/31 09:10	re:製品Cの文献	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	I. T	N大病院	00/08/25 11:10	re:製品Lとは	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>

送信履歴 ◎過去一週間分 ○過去一ヶ月分 [表示] [削除]

未読	医師名	病院名	送信日時	件名	削除
<input type="checkbox"/>	K. H	T大付属	00/08/30 12:10	製品Cの文献	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	A. M	N大病院	00/08/23 15:30	製品Lとは	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	I. T	K大病院	00/08/19 14:38	オペ立ち会い	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>

【図6】

顧客情報管理

ファイル(F) 組(E) 記(V) お問い合わせ(A) フォルダ(T) ヘルプ(H)

メインページ 送受信管理 APM PCW FFW 顧客情報管理

対象顧客を選択して下さい

登録顧客一覧

- ・A病院 一般外科 a_j先生
- ・A病院 一般外科 a_k先生
- ・A病院 心臓外科 a_m先生
- ・B病院 一般外科 b_b先生
- ・C病院 一般外科 c_p先生
- ・C病院 胸部外科 c_q先生
- ・D病院 心臓外科 d_d先生

登録顧客検索

病院名 ▼ 医師名

診療科 ▼

ターゲット製品

営業プロセス

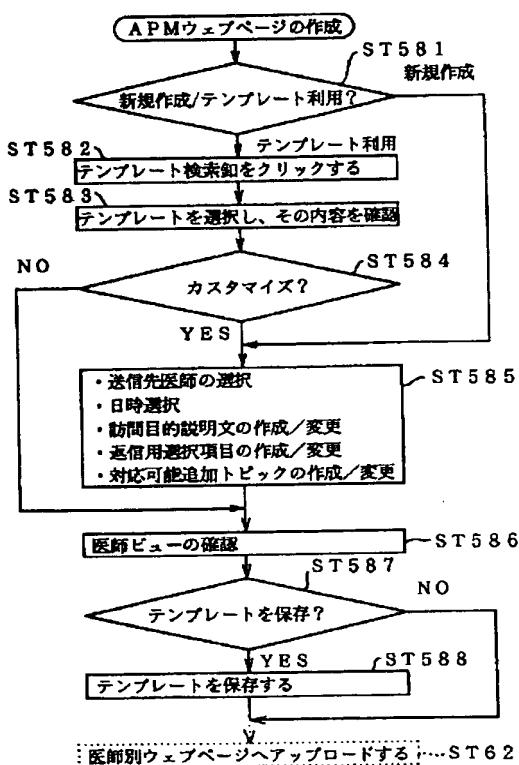
検索

顧客プロファイルへ

新規顧客プロファイル登録・プロファイル変更の場合はここへ

顧客プロファイル登録・変更

【図7】



【図8】

医師別APMウェブページ

ファイル(F) 組(E) 記(V) お問い合わせ(A) フォルダ(T) ヘルプ(H)

IV RIP

OO先生の営業担当者は××です
電話.....

メインページ アポイントメント 製品 ファイル送信 送受信管理

いつもお世話になっております
OO先生には××が営業を担当させて頂いております。次回は、
来月某日(※)午前10時ごろ
お伺いする予定です。先生のご都合はいかがでしょうか。

主にご説明申し上げたい内容

製品Aを用いた新しい術式をご紹介させていただく予定です。
先日米国で開催されたB学会発表サマリーも持参いたします。

その他のご興味のある内容を選択 クリック→

○都合がよい	時間 : <input type="text"/>
○訪問前に電話で確認して欲しい	場所 : <input type="text"/>
○院内に到着したら一度電話して欲しい	
○時間または場所を変更して欲しい	
○都合が悪いので、別の機会にして欲しい	
○コメントまたは持ってきて欲しいもの等、 ご自由にご記入ください	<input type="text"/>

送信 リセット

どうもありがとうございました

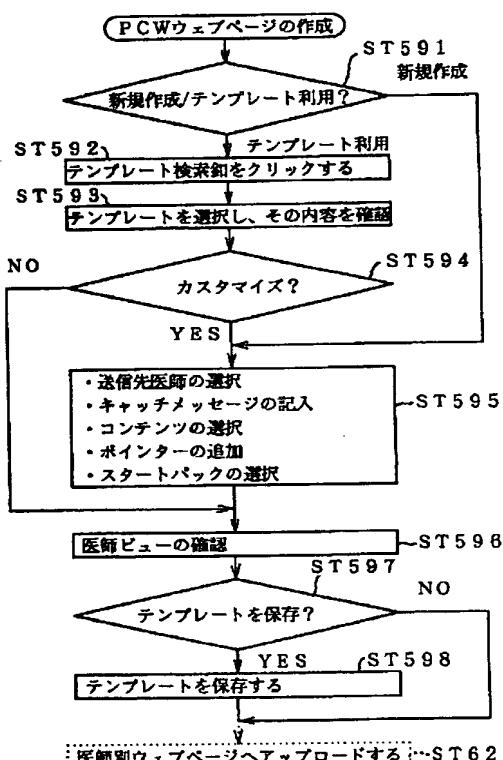
【図9】

[新規]			
テンプレート選択			
製品	<input checked="" type="checkbox"/> 営業フェーズ	<input type="checkbox"/> 興味喚起フェーズ	[テンプレート検索]
テンプレート名	テンプレート内容	営業フェーズ	営業ツール
タブ内構	監査の仕事割合について特に詳しく財務フェーズ		・ビデオ ・CD-ROM
アドイン構			
ディテーリング構			

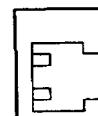
【図10】

A PMテンプレート編集		S X																
ファイル(F) 新規(N) 評議(V) 師匠(A) フォルダ(T) ヘルプ(H)																		
メインページ 送受信管理 A PM PCW FFW 顧客情報管理																		
宛先 池澤 樹 □ 訪問日時 2000年01月20日 14時頃																		
<table border="1"> <tr> <td>製品名 音楽フェーズ</td> <td>H K 興味関連</td> </tr> <tr> <td>アンブレラ名 音楽ツール</td> <td>定期情報配信 ビデオ、CD-ROM</td> </tr> </table>				製品名 音楽フェーズ	H K 興味関連	アンブレラ名 音楽ツール	定期情報配信 ビデオ、CD-ROM											
製品名 音楽フェーズ	H K 興味関連																	
アンブレラ名 音楽ツール	定期情報配信 ビデオ、CD-ROM																	
<p>アポイントメントメッセージ</p> <p>件名 製品HKの紹介について</p> <p>キャラチメッセージ 製品HKの新たな使用法についてご紹介伺います。</p> <p>訪問目的 製品HKを用いた新しい術式。「膿孔シャント手術」をご紹介させていただく予定です。米国NY病院のS教授による先日の学会発表サマリーもお持ちいたします。</p>																		
<p>応答選択肢</p> <table border="1"> <tr> <td><input type="checkbox"/> 都合がよい。</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> 訪問前に電話で連絡をして欲しい。</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> 院内に来たら一度電話を入れて欲しい。</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> 時間又は場所を変更して欲しい。</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> 都合が悪いので、別の機会にして欲しい。</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>				<input type="checkbox"/> 都合がよい。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 訪問前に電話で連絡をして欲しい。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 院内に来たら一度電話を入れて欲しい。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 時間又は場所を変更して欲しい。	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 都合が悪いので、別の機会にして欲しい。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> 都合がよい。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																
<input type="checkbox"/> 訪問前に電話で連絡をして欲しい。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																
<input type="checkbox"/> 院内に来たら一度電話を入れて欲しい。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																
<input type="checkbox"/> 時間又は場所を変更して欲しい。	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>																
<input type="checkbox"/> 都合が悪いので、別の機会にして欲しい。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																
<p>送信方法</p> <p>○医療情報サイトに送信 URL http://www.jjotogateway.co.jp/</p> <p>○e-mailに送信 e-mail kazewaki@jjotogateway.co.jp</p>																		
[戻る]		[医師ビュー]																
		[送信]																

【図11】



【図12】

MY REP		○○先生の営業担当者は××です 電話……	
CHPV とは	CHPV のメリット	製品 ラインアップ	患者さんへの 説明用資料
			
<p>○○様、本日は こちらの製品パッケージ 説明をお聞かせください。</p>			
スタート バック お資料、資料とともに ダウンロードできます		担当営業員への メール送信 担当へのお問い合わせ、 メッセージの提出はこち らをご利用ください	担当営業員の 訪問希望 担当の訪問を希望される 方は、こちらからお申込 をご用ください
新增情報 <small>[7月8日追]</small> ◆◆◆◆◆ 術式情報 ◆◆◆◆◆ 製品情報 ◆◆◆◆◆ その他 ◆◆◆◆◆			

【図13】

PCW作成・テンプレート検索結果表示

ファイル(F) フォルダ(B) 新(Y) 師(Y) 入力(I) フル(T) ヘル(H)

メインページ 送受信管理 APM PCW FFW 顧客情報管理

【新規】

テンプレート選択

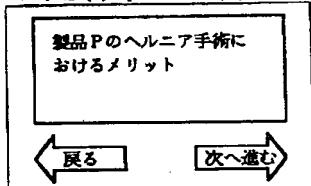
製品 HK 営業フェーズ 興味喚起フェーズ [テンプレート検索]

テンプレート名	テンプレート内容	営業フェーズ
コンサル問	スライド9枚で見るコンサル	営業フェーズ
...
販売問	販売機会への説明	新規登録
...	新規登録
販売一覧	販売機会のカウント	顧客データ
...	顧客データ

【図15】

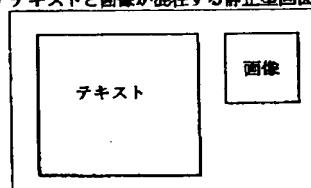
製品ウェブの個別画面

(A) ページめくり式のスライド画面



【図16】

(B) テキストと画像が混在する静止型画面



(C) ストリーミングビデオの再生画面



PCWテンプレート画面

ファイル(F) フォルダ(B) 新(Y) 入力(I) フル(T) ヘル(H)

メインページ 送受信管理 APM PCW FFW 顧客情報管理

宛先 池澤 順

キャッチメッセージ
先日、K先生よりお問い合わせいただきました「保険点数情報」が
追加されました。ぜひご覧ください。

PCWタイトル
プロキシタイトル L S 直面回答 C

送信方法
○医療情報サイトに送信 URL http://www.jjotogateway.co.jp/
@e-mailに送信 e-mail [ikezawa@]gateway.co.jp

スタートバック

コンテンツ名	サイズ	内容サマリー
製品パンフレット	95k	
製品価格表	30k	
製品ラインナップ	40k	
基本文献	50k	

※ PDF形式で複数枚のデータを1枚のPDFとして添付して下さい

マイソーシング

コンテンツ名	内容サマリー
製品の改善点	
他社製品との違い	
製品使用時の具体的なメリット	
製品使用ドクターのコメント	

※お問い合わせ時にチェックを入れて下さい

サブリンク

コンテンツ名	内容サマリー
第N回G学会発表で新製品Cを発表	
製品C発売のお知らせ	
新式の解説・ビデオ	
ラボでの実験内容のビデオダイジェスト	
製品使用及び写真	

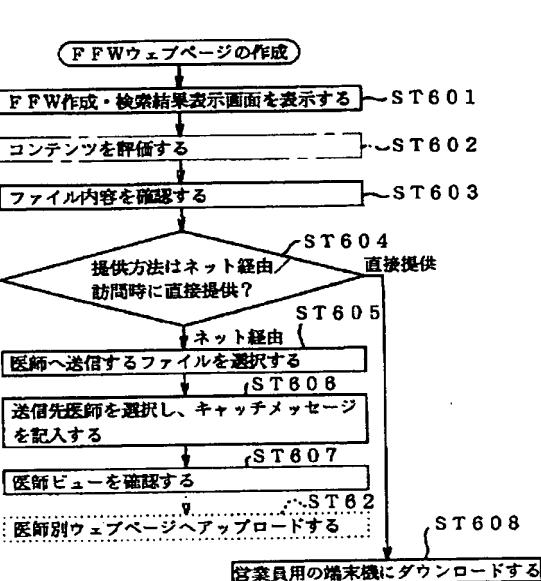
※お問い合わせ時にチェックを入れて下さい

質疑応答選択肢

- ビデオを持ってきて欲しい
- オペを見学したい
- 訓練を受けてみたい

【戻る】 【医師ビュー】 【送信】

【図14】



【図17】

医師別FWウェブページ

ファイル(F) 印刷(E) 新規(V) 挿入(A) フォルダ(T) ヘルプ(H)

MY REP

○○先生の営業担当者は××です
電話……

メインページ アポイントメント 製品 ファイル送信 送受信管理

○○先生への送信ファイル

メッセージ：
ご用意のファイルを送り受け。ダウンロードをクリックするとダウンロードできます。
ご用意がござればお手数なうえで送りください。
お届け2002年10月06日午後4時です。

送信ファイル				
ファイル名	ファイル種類	登録日	ファイル試験	ファイルサイズ
…	文書	8/8(火)	PDF	120KB

最新情報（定期的にお送りする役立つ最新情報です）

ファイル	ファイル種類	登録日	ファイル試験	ファイルサイズ
…				
…				

過去の送信ファイルログ

ファイル	ファイル種類	登録日	ファイル試験	ファイルサイズ	削除
…					削除
…					削除

ダウンロード

営業員へのメール送信 担当営業員の訪問希望

【図18】

FW作成・検索結果表示

ファイル(F) 印刷(E) 新規(V) 挿入(A) フォルダ(T) ヘルプ(H)

メインページ 送受信管理 APM PCW FFW 顧客情報管理

コンテンツ選択 ○カテゴリー別選択

対象製品 製品C
営業フェーズ 興味喚起フェーズ
コンテンツカタゴリー 文献
[コンテンツ]

[ファイル送信・転送履歴集へ]

NO	コンテンツ名	コンテンツ カテゴリー	営業フェーズ	内容	今すぐ ダウンロード
1	製品Pに関する文献	文献	興味喚起	[確認] [ダウンロード]	
2	新式調達レポート	文献	興味喚起	[確認] [ダウンロード]	
3	B.P.に関する文献	文献	興味喚起	[確認] [ダウンロード]	
4				[確認] [ダウンロード]	
5				[確認] [ダウンロード]	
6				[確認] [ダウンロード]	
7				[確認] [ダウンロード]	
8				[確認] [ダウンロード]	
9				[確認] [ダウンロード]	

【図20】

【図19】

FW選集

ファイル(F) 印刷(E) 新規(V) 挿入(A) フォルダ(T) ヘルプ(H)

メインページ 送受信管理 APM PCW FFW 顧客情報管理

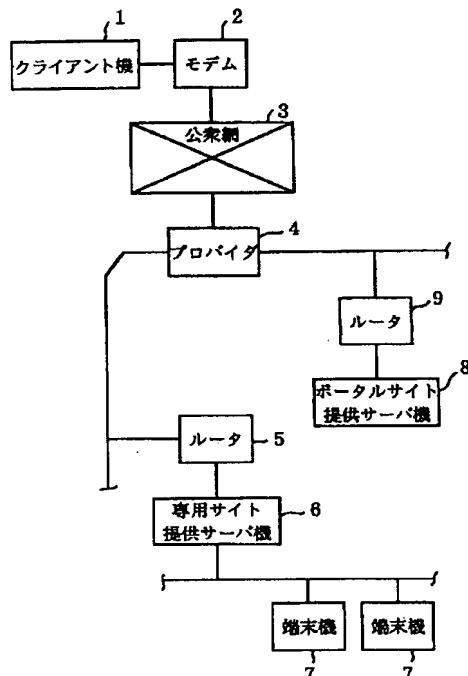
宛先 N大病院 池澤 徹 営業フェーズ1. 興味喚起

キャッチメッセージ
バイオプレートに関する文献

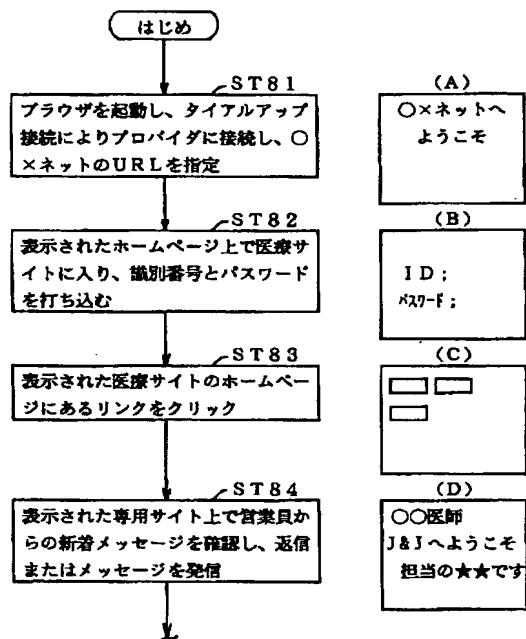
送信方法
○医療情報サイトに送信 URL http://www.jjotogateway.co.jp
○e-mailに送信 e-mail lkczawa@jjigateway.co.jp
□自分にe-mail送信 e-mail Suzuki@jjigateway.co.jp

[戻る] [医師ビュー] [登録]

コンテンツ名	コンテンツ カテゴリー	ファイル タイプ	ファイル サイズ	営業フェーズ		
1	2	3	4	5	6	7
製品 P 関連文献	…	…	…	レ		
新式調達レポート	…	…	…			



【図21】



フロントページの続き

(72)発明者 松永 賢治
東京都小金井市貫井北町5-13-11-102
(72)発明者 岩井 浩一
東京都杉並区高円寺3-56-1-506
(72)発明者 柳原 浩
千葉県市川市新浜1-21-7-102
(72)発明者 中村 重郎
千葉県佐倉市染井野3-40-3

(72)発明者 島田 緑
東京都武蔵野市境南町2-6-19 The Hills 武蔵境 402
F ターム(参考) 5B049 BB11 BB41 CC02 CC08 CC32
DD01 DD05 EE01 EE05 EE07
FF03 FF04 FF09 GG04 GG06
GG07